



Les Cahiers d'Outre-Mer

Revue de géographie de Bordeaux

231-232 | Juillet-Octobre 2005

Vignobles de l'hémisphère sud

Le complexe vitivinicole uruguayen : des spécificités révélées par les modalités des investissements directs étrangers (IDE)

Alfredo Blum et Martine Guibert



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/com/364>

DOI : 10.4000/com.364

ISSN : 1961-8603

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2005

Pagination : 329-352

ISSN : 0373-5834

Référence électronique

Alfredo Blum et Martine Guibert, « Le complexe vitivinicole uruguayen : des spécificités révélées par les modalités des investissements directs étrangers (IDE) », *Les Cahiers d'Outre-Mer* [En ligne], 231-232 | Juillet-Octobre 2005, mis en ligne le 01 juillet 2008, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/com/364> ; DOI : 10.4000/com.364

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

© Tous droits réservés

Le complexe vitivinicole uruguayen : des spécificités révélées par les modalités des investissements directs étrangers (IDE)

Alfredo Blum et Martine Guibert

- 1 À l'occasion d'une politique de reconversion du complexe, désormais engagé dans la voie de la qualité, l'Uruguay se redécouvre comme pays de tradition vitivinicole. Avec une production de l'ordre d'un million d'hectolitres annuels au début des années 2000, il s'annonce sur les marchés internationaux en tant que NPP (nouveau pays producteur), au côté, entre autres, de l'Argentine (qui totalise une production de 12,5 millions d'hl)¹.
- 2 Depuis les années 1990, la restructuration passe par l'incorporation de variétés vitivinifères de grande potentialité œnologique et par une orientation exportatrice affichée (à l'heure actuelle, moins de 10 % de la production). Elle est accompagnée d'investissements notables mais dont l'importance est toute relative : les acteurs étrangers optent bien souvent pour des associations avec des acteurs locaux de la filière ; dans certains cas, il s'agit d'acteurs hors secteur et, rarement, l'investissement est effectivement réalisé à part entière.
- 3 Théoriquement, les investissements directs étrangers (IDE) revêtent différentes modalités selon qu'ils s'orientent vers la formation d'un capital fixe dans l'économie-hôte, l'acquisition et/ou l'administration de biens publics (privatisations et concessions) ou l'acquisition d'actifs privés nationaux (fusions ou achats). Dans le premier cas, l'investisseur contribue à l'accroissement de la capacité productive locale, soit en construisant une ou des unités – développement de projets productifs –, soit en incorporant des machines et équipements nouveaux, sur la base de technologies innovantes. Les potentialités de production nationale sont ainsi amplifiées et la productivité du travail augmente substantiellement. Dans les deux autres cas, les IDE ne représentent pas nécessairement un apport de capital, même si, parfois, dans certaines

privatisations et, en général, dans le cas des concessions, la négociation inclut le développement de la production ou du service (CEPAL ², 2002).

- 4 La conception traditionnelle des IDE suggère qu'une fois atteint un certain niveau de flux d'investissements étrangers dans l'économie réceptrice, une série de bénéfices, tels des transferts de technologie, des enchaînements productifs, la formation de ressources humaines et le développement entrepreneurial local, vont « se répandre » dans l'économie locale, à la manière du contenu d'un verre, lorsqu'il est trop plein et déborde. Les nouvelles approches proposent pour leur part que les impacts ne soient pas exclusivement – et de plus pas nécessairement – positifs. Ces nouvelles pistes ont des implications importantes, dont celle qui consiste à penser qu'une politique d'IDE devrait se centrer moins sur la recherche d'une masse critique d'investissements et davantage sur ceux qui présentent la qualité adéquate (CEPAL, 2004). C'est dans cette optique que nos réflexions peuvent être explicatives de la réalité uruguayenne.
- 5 En faisant l'hypothèse que la proximité organisationnelle est déterminante dans la coordination entre acteurs et dans le caractère marginal des IDE (contrairement à l'Argentine, entre autres), l'objectif consiste à révéler les spécificités du complexe vitivinicole uruguayen. Après la contextualisation nécessaire, nous nous attachons à recenser les IDE réalisés en Uruguay, avant de relativiser leur spécificité en mobilisant la situation argentine. L'approche en termes de biens-club et de proximité, liée à des formes très prégnantes de coordination familiale, permet alors de dégager des éléments explicatifs.
- 6 Depuis la genèse, à partir de la fin du XVIII^e siècle, du système productif mixte uruguayen laine et viande (cuir au commencement), le milieu agricole uruguayen est essentiellement exportateur. Par la suite, l'essor de productions comme le lait ou le riz renvoie encore à des velléités exportatrices fortes.
- 7 En ce qui concerne la viticulture, démarrée par les migrants sud-européens, elle obéit davantage à des besoins de consommation nationale. La quasi-totalité de la production de raisin de cuve est obtenue dans la région Sud, avec une très forte présence près de la grande zone urbaine de Montevideo (la capitale du pays qui attire plus de la moitié de la population nationale, soit 1,5 million d'habitants). Les départements de Montevideo, San José et Canelones, et, dans une moindre mesure, celui de Colonia, concentrent les vignobles et les caves. Ces localisations résultent d'une logique de proximité du marché consommateur.
- 8 Avec une consommation annuelle de 30 litres par habitant, l'Uruguay se place en effet parmi les dix premiers pays. En terme de ventes à l'étranger, la participation du vin est inférieure à 0,2 % de la valeur totale des produits agroalimentaires écoulés à l'exportation (3,4 millions US \$). Cette proportion est en diminution par rapport à la valeur maximale atteinte en l'an 2000.
- 9 À l'heure actuelle, sur 15 millions d'hectares voués en Uruguay à l'agriculture, près de 8 600 hectares sont dédiés à la viticulture (tabl. I). Parmi les 57 115 producteurs agricoles, 1 106 ont comme principal revenu la production viticole, soit moins de 2 % (Recensement Général Agricole 2000). Malgré tout, ce sont un peu moins de 2 400 exploitations viticoles qui assurent une production totale de plus 147 000 kilogrammes de raisin de cuve.
- 10 La reprise de la production en 2004 fait suite à des années de diminution importante, corrélée à un arrachage régulier de ceps de vigne, malgré tout remplacés par des variétés de qualité. En effet, la filière a subi une forte transformation avec l'implantation massive de cépages *Vitis vinifera*, dans le cadre de politiques de reconversion variétale (5 plans

annuels), de soutien à l'utilisation de plants mères par les pépiniéristes, et de concentration des cavistes. L'INAVI (Instituto nacional de vitivinicultura) a encadré cette orientation manifeste vers la qualité, qui génère de l'exclusion et se produit dans un contexte régional (Mercosur) favorable à l'Uruguay vitivinicole.

- 11 Le complexe viti-vinicole uruguayen bénéficie de dispositions légales originales qui tendent vers sa protection et la création d'une « image-pays ».
- 12 Dans un contexte national de protection et de dérégulation peu approfondie de l'État, l'Uruguay a créé, en 1987, l'INAVI. Régie par la loi n° 15903 du 10 novembre, cette institution publique de droit privé a son siège à Las Piedras, ville au nord de Montevideo (fig. 1). Co-dirigée par les différents acteurs du complexe (représentants de l'État, des organisations syndicales et professionnelles), elle est chargée d'élaborer la politique vitivinicole du pays et de relayer les attentes et propositions du secteur auprès du pouvoir exécutif. L'INAVI arbitre la fixation de certains prix minimums de référence et contrôle les paiements des viticulteurs par les cavistes. Il a fait appliquer cinq plans de reconversion de la production viticole, parmi lesquels trois étaient relatifs à l'activité des cavistes et un consacré aux producteurs de plants (pépiniéristes).
- 13 Au-delà du cadre réglementaire national, l'Uruguay bénéficie de clauses d'exception contenues dans le règlement vitivinicole du Mercosur : « étant donné le processus de reconversion vitivinicole de la République orientale de l'Uruguay, le vin importé peut circuler seulement dans des contenants d'une capacité d'un litre », les autres États (Argentine, Brésil, Paraguay) autorisant jusqu'à 5 litres. Cette mesure qui figure dans le Chapitre VIII, et qui ne sera pas révisée, est complétée par les dispositions du Chapitre VII qui fait référence au respect des dénominations d'origine. À travers ces deux dispositions, il s'agit bien de préserver l'origine du vin ³.
- 14 Ces mesures de protection ont été renforcées par la loi n° 17458 du 8 mars 2002, qui permet au pouvoir exécutif, sur proposition de l'INAVI, d'augmenter la taxe de promotion et de contrôle vitivinicole de 0,5 ⁴ peso uruguayen/litre à 2,8 pesos uruguayens/litre, dans le cas d'un contenant de moins d'un litre. Ce gain de 2,3 pesos uruguayens/litre doit être utilisé pour la promotion de la qualité des vins et le contrôle de leur circulation.
- 15 Le décret 123/002 du 5 avril 2002 établit que 60 % du prélèvement doit servir aux cavistes pour la reconversion de leurs établissements vinicoles. Les 40 % restants ont deux affectations : 20 % sont destinés aux viticulteurs qui s'engagent vers la production de variétés pour vins fins (20 % du total réalisé), et 80 % à des campagnes de promotion des vins uruguayens et de la consommation du vin. Enfin et toujours en 2002, la loi 17 453 permet à l'INAVI de percevoir l'IVA (impuesto al valor agregado, taxe à la valeur ajoutée).
- 16 En matière de production de vins, l'Uruguay propose deux produits différenciés : le VCC (vinos de calidad corriente), équivalent à la catégorie française des vins de table, et le VCP (vinos de calidad preferencial), qui renvoie à celle des VDQS (Vins de qualité supérieure). Le premier est majoritairement commercialisé dans des bouteilles ou des briquettes de plus d'un litre. Dans la gamme des vins rouges, les cépages de base sont la Frutilla ⁵, les Híbridos Productores Directos (HPD), le Muscat de Hambourg ⁶ et des variétés vinifères non traditionnelles qui sont cependant en forte récession (tabl. II).
- 17 Les vins de table uruguayens ont ainsi subi un changement qualitatif important. L'INAVI a d'ailleurs pour objectif l'élimination en 2007 des vins ayant pour base les HPD. En revanche, il soutient la production de VCP, avec le Tannat comme cépage-moteur, et ce

aussi bien pour le marché interne que pour l'exportation. À l'heure actuelle, celle-ci représente moins de 10 % du total produit.

- 18 Or, le processus de reconversion en cours exclut beaucoup de viticulteurs dont, en premier lieu, ceux pour qui la vitiviniculture était le principal revenu. À ce paradoxe se rajoute le fait que la concentration a rapidement touché les caves ; leur nombre a diminué et les structures actuelles sont dotées de capacités de vinification supérieures à 500 000 litres par an.
- 19 Ainsi, l'augmentation de la consommation nationale et des exportations découle d'une réglementation favorable, d'une bonne campagne de diffusion, de la création d'une image qui, en aval, a accompagné le lourd processus de reconversion variétale, avec des arrachages constants et des plantations plus massives. Au total, ce processus de promotion de la part de l'INAVI, à travers la « création de l'image d'un pays vitivinicole », est finalement un politique de développement d'un bien collectif, concept repris par plusieurs chercheurs uruguayens (tels Echeverría, 2003). Ici, la construction de l'image est fondamentalement centrée sur une variété, le Tannat. Ce modèle image-variété est défini comme celui d'une « variété locomotrice » (Oliveira Coelho et Rastoin, 2001). Il existe en Australie (variété Syrah), en Argentine (variété Malbec) et au Chili (variété Cabernet Sauvignon).
- 20 Cependant, depuis le début des années 2000, l'amélioration des ventes est moins corrélée à la performance de la filière à l'exportation (tabl. III). Ce phénomène est à contre-courant de ce que s'est produit pour le reste du secteur agroalimentaire uruguayen. La dévaluation de la monnaie nationale, survenue courant 2002, ne bénéficie pas en effet au complexe vitivinicole qui propose des biens à forte valeur ajoutée dont le prix de vente est réajusté en tenant compte des taux de change (contrairement aux secteurs viande, riz, laine, produits laitiers et céréales, dont les produits bruts ou faiblement transformés sont plus compétitifs sur un marché mondial exprimé en dollars états-unis). La tendance est donc à la baisse aussi bien en volume qu'en valeur.
- 21 Peu enclin à l'ouverture de son économie aux IDE, l'Uruguay vitivinicole a toutefois vécu dans les années 1980 et 1990 l'arrivée d'opérateurs étrangers qui présentent la particularité de privilégier des formes diverses d'association avec des acteurs nationaux.
- 22 Dans la publication de la CEPAL⁷ de 2002, sur les IDE en Amérique latine et dans la Caraïbe, l'Uruguay est mentionné une seule fois (achat d'une banque). Le processus de privatisation (plus précisément de mise en concession) des entreprises publiques est en effet original par rapport à ceux suivis dans des pays voisins et plus engagés, comme, par exemple, l'Argentine. En Uruguay, les tentatives de privatisation ont été systématiquement freinées ou carrément annulées par des référendums populaires hostiles. En 1992, 72 % des votants ont exprimé leur refus de toute association ou privatisation. Plusieurs autres propositions, plus spécifiques, ont engendré le même phénomène de rejet (à hauteur de 64 % des votes)⁸. Dans les années 1990, le secteur énergétique a été finalement le principal domaine où les IDE ont été conséquents, et ce à l'échelle de tout le continent latino-américain⁹.
- 23 Les formes des IDE dans le complexe vitivinicole uruguayen peuvent être classées selon deux modalités principales : d'une part, les investissements réalisés par des acteurs étrangers conjointement avec des entreprises locales (la majorité) et, de l'autre, ceux correspondant à des IDE. Une troisième modalité, moins significative, est apparue au

cours de notre recherche (Blum 2002 et 2003), qui concerne les investissements depuis l'extérieur du complexe.

- 24 Ces investissements sont fondamentalement orientés vers la production de vins (plus particulièrement VCP – vins de qualité supérieure), mais ils peuvent aussi s'intéresser aux pépinières. Ils mobilisent des acteurs uruguayens particulièrement performants (tabl. IV).
- 25 Dans le cas de la société Omar Perco y P. González, son association en 1998 avec les établissements J.-P. et P. Bugnet, et J.-P. Bouillac (originaires de France) illustre l'incursion d'un caviste de la zone de Canelones dans la production de plants de vigne exempts de virus. Le but est alors d'approvisionner les programmes de reconversion et les grandes plantations en cours de réalisation. Son conseiller, au côté des pépiniéristes français, a apporté les moyens techniques et introduit la production en pots biodégradables, dans l'optique d'un transplant postérieur qui permet d'écourter le délai entre la greffe et le transplant final. Cet investissement a été une première qui a débouché sur un second au niveau de la vigne, celui de Bouillac et autres.
- 26 L'Establecimiento Juanicó affiche une large tradition d'associations avec des sociétés étrangères. Dans les années 1980, au moment de la première vague d'installations de pépinières, il a formalisé une alliance avec Morrison, important fournisseur de plants de vigne, avec qui il a donc commencé la production et l'approvisionnement de ses propres plantations de plusieurs centaines d'hectares. Concernant la production, Juanicó possède des plants issus de la propriété Château Pape Clément. Il produit également du vin obtenu à partir de plants issus du Prieuré Malesan. Concernant la phase de commercialisation, il a passé des accords avec William Pitters, grand distributeur de boissons, qui vend dans le monde entier le produit O'Porto. En plein changement stratégique aujourd'hui, William Pitters s'est défait de son secteur vins et vient de signer un accord pour la vente de son secteur spiritueux. William Pitters distribue en Europe la ligne Don Pascual, sous la marque « Los Medanos ». Dans ce domaine, la société Vinson Richard's commercialise aux États-Unis sa propre ligne de six produits (Tannat, Cabernet Sauvignon, Merlot, Shiraz, Sauvignon blanc et Chardonnay), tout comme la société Bright Brothers est présente sur le marché du Royaume-Uni.
- 27 Jean-Jacques Lebourg participe au capital de la société Castillo Viejo qui produit exclusivement des vins VCP ou des vins fins. Cet investisseur étranger est propriétaire d'une vigne de 70 ha environ et d'une tonnellerie. Il en confie la vinification à son associé uruguayen. Installée dans la Sierra de Mahoma, cette zone est reconnue par plusieurs spécialistes pour être une excellente région pour la production de vins fins. Grand producteur au niveau mondial, il emploie des techniciens de niveau international qui effectuent les visites de contrôle. Castillo Viejo est l'une des rares entreprises vitivinicoles uruguayennes à consacrer la totalité de sa production à l'élaboration de vins VCP. Cependant, sa situation financière délicate depuis 2002, même s'il n'a pas interrompu ses activités, serait en fait la raison de cette production exclusive de vins fins. Comme il a été dit précédemment, l'exportation des vins VCP ne représente qu'un faible pourcentage, de même que ses ventes sur le marché national. Les volumes se font en fait sur le marché des vins VCC, qui font vivre la grande majorité des cavistes.
- 28 Chandon Argentina s'est associée avec Los Cerros de San Juan pour l'élaboration d'une ligne de vins fins Tannat, à la fois pour le marché interne et pour l'Argentine ; l'exploration de nouveaux marchés est envisagée.

« Los Cerros de San Juan est une cave fondée en 1854, à Colonia, dans une région proche aussi bien du fleuve San Juan que de celui de La Plata. Depuis 1977, elle vit

une reconversion industrielle, au début timide. Mais, récemment, en 1988, lorsque les actuels propriétaires l'ont achetée aux descendants des fondateurs, une nouvelle étape fondamentale de reconversion a été engagée. » (<http://observa.com>, 2001).

- 29 C'est la première fois que la compagnie française Moët et Chandon délègue sa production à une cave externe au groupe. En 2000, la première récolte a été mise en bouteille. Cette année-là, Los Cerros de San Juan a facturé 1,5 million US \$, avec 10 % obtenus à l'exportation.
- 30 Vinos Finos Juan Carrau - Castel Pujol est orientée vers la production exclusive de vins fins. Javier Carrau résume ainsi son histoire :

« La société Vinos Finos Juan Carrau, Bodegas Castel Pujol, a démarré en 1976, au moment du retrait de la famille Carrau de la société Bodega Santa Rosa, où elle a agi pendant plus de 40 ans, avec l'entreprise Passadore, Carrau y Mutio. À partir de cette date, notre père Juan Carrau Pujol étant toujours en vie, le projet de Vinos Finos Juan Carrau, a été mis en œuvre. Premier projet à parler de vins de qualité avec des plants exempts de virus et sélectionnés par clonage, il s'agissait d'utiliser une matière de première qualité et de pouvoir produire des vins susceptibles de trouver preneur sur les marchés extérieurs. Ceci est relaté dans le document qui, en 1977, a été déclaré d'intérêt national par le Ministère de l'industrie et de l'énergie de notre pays ».
- 31 En 1999, la déclaration d'intention manifestée par la société Freixenet a consisté en une joint-venture avec 70 % des actions pour la société catalane et le reste pour l'acteur uruguayen. Le directeur de Freixenet estimait alors que « la joint-venture a pour raison d'être l'élaboration de vins mais aussi de mousseux, avec l'idée de vendre un peu sur le marché national, mais surtout à l'international. Ainsi est avancée l'intention d'un investissement initial de 3 à 3,5 millions de dollars, et un projet de rachat de 15 % de la cave ».
- 32 Freixenet produit du Cava, un vin mousseux de type champagne, dont elle a vendu en 1999 environ 12 millions de caisses¹⁰. Quatre millions de caisses ont été vendues en Espagne, et le reste un peu partout dans le monde (<http://www.espectador.com>, 1999). Le directeur affirme que « Freixenet serait la première marque de vin mousseux et/ou de champagnes du monde ». Actuellement, il existe une ligne de vins Arerunguá dont l'étiquette informe d'un lien entre les familles Carrau et Ferrer (propriétés de Freixenet).
- 33 À notre connaissance, seuls deux cas d'IDE existent à l'heure actuelle en Uruguay (tabl. V).
- 34 Bernard s'est installé aux débuts des années 2000 dans la zone de Sierra de Mahoma, à Mal Abrigo (département de San José), suite au rachat de Lebourg. Propriétaire de pharmacies dans la ville d'Hendaye, en France, il a acheté 1 400 ha dans l'intention d'en faire un grand complexe touristique. Bénéficiant du conseil d'un technicien local reconnu dans la région, il a commencé en 2003 à planter des vignes. Actuellement, une douzaine d'hectares sont en production : 5 ha en Tannat et le reste en Cabernet franc, Cabernet Sauvignon, Syrah et Viognier. Le but du projet est l'obtention de vins de très haute qualité.
- 35 J.-P. Bouillac, Robert Marcelon et James Esplot, producteurs de vin en France, se sont installés dans le département de Lavalleja. Ils utilisent la cave de Perco et ont commencé à planter en 2000.
- 36 Viñedos y Bodegas Bella Unión Sociedad Anónima (VIBOBUSA) est plus connue sous le nom de Calvinor. Située dans la zone de Bella Unión (Département d'Artigas), elle résulte

de la diversification de la coopérative sucrière locale et affiche deux composantes : la coopérative CALNU (Cooperativa Agraria Limitada del Norte del Uruguay, productrice de canne à sucre) et la coopérative CALAGUA (Cooperativa Agraria Limitada del Agua, coopérative de semences qui s'est diversifiée dans la production de primeurs et qui possède une unité de conditionnement surgelé : Green Frozen). À ses débuts, VIBOBUSA s'appuyait financièrement sur la Corporación Nacional Para el Desarrollo (CND)¹¹. Alors qu'il avait été annoncé l'investissement d'un groupe italien à hauteur d'un million de dollars, finalement, VIBOBUSA a été acquise par une société nationale de distribution, Parma Importaciones. Or, celle-ci a fait faillite.

- 37 Filgueira est un médecin célèbre qui possède une petite cave de caractère familial. Il a réalisé des investissements (environ un million de dollars) afin de la moderniser : cuves de refroidissement, matériel en inox, etc. Avec l'achat de terrains dans la zone d'installation (Cuchilla Verde à 7 km de Santa Lucía, Département de Canelones), il a implanté à peu près 50 ha de vigne qu'il consacre exclusivement à la production de vins fins.
- 38 Bouzas, entrepreneur qui a réussi dans différents secteurs économiques, est entré dans le monde vitivinicole en achetant, en 2001, une cave ancienne qui appartenait à Granja Pesquera (région de Melilla, département de Montevideo). Il possède également des vignobles dans la zone de Las Violetas (département de Canelones). Actuellement, il participe au groupe Crea-Viticultores, précurseur de la reconversion des vignobles uruguayens.
- 39 Sierra de Mahoma est la zone de localisation et le nom d'un investissement hors secteur. Opération complètement nationale, il s'agit d'un entrepreneur, qui se consacre à d'autres activités agropastorales, et qui a décidé d'installer des vignes dans sa propriété, de manière à mettre en valeur les caractéristiques particulièrement propices de la zone pour la production de vins de qualité.
- 40 Narbona est un petit établissement de 7 ha de vigne, propriété de l'entrepreneur argentin Pacha Cantón, qui vit sur place. Localisé dans la zone de Carmelo (département de Colonia), il travaille avec Bodega Irurtia et profite de la fréquentation touristique argentine massive pour offrir un très grand nombre de produits agro-alimentaires à très haute valeur ajoutée.
- 41 Altos del Sauce appartient à des capitaux uruguayens, détenus par des entrepreneurs d'autres secteurs économiques. Cette petite exploitation, proche de la Laguna del Sauce (département de Maldonado), parie sur la qualité de ses produits proposés au public argentin à fort pouvoir d'achat, présent à Punta del Este pendant la saison estivale.
- 42 Dans un contexte de reconversion variétale et technologique, et de dérégulation faible de l'État, le complexe vitivinicole uruguayen attire marginalement les investisseurs étrangers. Leur présence est caractérisée par leur stratégie d'associations avec les acteurs locaux et par leur pari sur le développement du marché des vins fins. L'évocation de la situation vitivinicole en Argentine, pays qui, au contraire, a attiré en masse les IDE, permet justement de mettre en perspective cette spécificité uruguayenne.
- 43 Dans les années 1990, l'Argentine a été l'un des pays de plus forte attraction d'IDE. La privatisation des actifs publics, un taux de change fixe comme mécanisme de contrôle de l'inflation (loi de convertibilité de mars 1991) et les efforts, avec l'appui du Brésil, pour vitaliser le Mercosur, ont permis aux entreprises étrangères de déployer la diversité de leurs activités, jusqu'alors restreintes.

- 44 En ce qui concerne les investissements dans le complexe vitivinicole, selon la classification de la CEPAL (2002), Azpiazu y Basualdo (2002) affirment qu'ils ont été en majorité destinés à l'acquisition d'entreprises existantes. Toutefois, en même temps, il a été enregistré un processus dynamique d'agrandissement des capacités productives (aussi bien dans les caves qu'au niveau des viticulteurs, l'activité de ceux-ci étant bien souvent intégrés à celles des premières), ainsi que l'installation de nouvelles unités de production (avec, là-aussi, dans la majorité des cas et surtout sur le plan qualitatif, un pourcentage élevé d'intégration verticale – achat de vignobles).
- 45 Neiman et Bocco (2001) distinguent trois moments dans les processus récents d'investissements dans le complexe vitivinicole argentin. Le premier commence avec l'intensification de l'ouverture et la dérégulation de l'économie. 1991 marque ainsi le début d'un processus d'investissements, avec incorporation de technologie, et le développement commercial des caves aux mains de leurs propriétaires historiques. Un facteur décisif a été l'existence d'un marché national de consommation développé et important, qui a été la source principale de financement des investissements nationaux. De plus, la dynamique atteinte par l'industrie locale durant les décennies antérieures a attiré les investissements directs étrangers qui incorporaient de fait des capitaux dans le secteur. Ce processus a duré jusqu'en 1995, au moment où la crise financière mexicaine (« effet Tequila ») a d'une manière décisive affecté le système financier local.
- 46 Produit de ce premier moment, le deuxième est celui de l'accélération du transfert d'entreprises familiales d'origine locale aux mains d'investisseurs étrangers, qui ont acquis partie ou totalité des firmes de grande taille et de longue tradition dans la vitiviniculture nationale, et avec un positionnement remarquable sur le marché national. Le processus de restructuration des entreprises s'est intensifié, ce qui se reflète dans la participation croissante et récente de l'Argentine sur les marchés internationaux des vins fins. Sur ce point, Azpiazu et Basualdo (2002) soulignent que « très peu des grandes entreprises qui appartiennent aux familles viti-vinicoles traditionnelles sont sous le contrôle de l'actionnariat de celles-ci. Rares sont en effet les exceptions : exemples de Bianchi, Arizu, Bodegas Humberto Canale, et Goyenechea ».
- 47 Le troisième moment commence avec les années 2000 et se caractérise par l'émergence de nouvelles entreprises, à capitaux national et étranger, de tailles petite et moyenne. Consacrées aux vins fins de grande qualité, et utilisatrices de technologie moderne, elles développent des produits pour un segment de marché à pouvoir d'achat élevé, ou bien entrent en concurrence, avec les vins australiens, chiliens ou californiens, sur les marchés internationaux très exigeants. Ces entreprises sont connues sous le nom de « caves-boutiques ». La majorité des capitaux provient soit de producteurs importants d'Europe ou d'Amérique, soit de grands distributeurs internationaux (Bocco, 2002).
- 48 Des investissements ont également été réalisés par de grands groupes financiers internationaux (DLJ Merchant Banking, États-Unis) et argentins : Mercosur Equity Fund du groupe Pérez Company ¹²; Fondo Inversor Sabores Argentinos du groupe Soldatti, Grupo Exxel et le Fonds d'investissement Galicia Advent Socma. Des groupes étrangers, spécialisés dans d'autres activités industrielles, ont décidé d'investir dans le secteur : c'est le cas de Salenstein (Pays Bas) et de Gernot Langes-Swarovsky (Autriche). Bocco (2002) répertorie ces placements comme étant de second niveau. Pour leur part, Azpiazu et Basualdo (2002) estiment que :
- « [...] une source très importante de ces capitaux [...] provient de fonds de pension [...] engagés dans une stratégie de diversification de leur portefeuille de placements

[...] ; ils démontrent l'intérêt que réveillent les potentialités de développement de la vitiviniculture locale, même pour des capitaux essentiellement financiers. »

- 49 Azpiazu et Basualdo (2002) distinguent trois types d'IDE liés aux objectifs des acteurs :
- 50 • l'achat d'unités de production (ce qui correspond à la troisième catégorie de la CEPAL, 2002), qui inclut toutefois les entreprises qui ont réalisé leur modernisation et leur reconversion technologique,
- 51 • la construction d'unités et/ou l'implantation de nouveaux vignobles (première catégorie de la CEPAL), qui correspond aux investissements qui augmentent la production du pays concerné,
- 52 • les IDE associés aux entreprises transnationales déjà localisées dans le pays (également première catégorie de la CEPAL), en lien avec l'agrandissement de la capacité des entreprises étrangères déjà installées), et Un quatrième type correspond aux investissements réalisés par des fonds de pension. Ceux-ci ne sont pas répertoriés en tant que tels puisque c'est un type d'investissements qui s'analyse selon son origine et non selon son objectif (comme le fait la CEPAL). Aussi, n'allons-nous pas les retenir comme une catégorie dans le tableau VII qui présente les trois autres investissements cités.
- 53 Le type rachat d'actifs existants concerne Pernod Ricard, Bernard Taillan Vins, Sogrape Vinhos, Gernot Swarovsky, CINBA, Santa Carolina, Concha y Toro, Bodegas Berberena, Marqués de Grignon, Allied Domecq, entre autres. Ces acteurs ont pour stratégies « l'irruption généralisée dans le segment des vins fins (premium et ultrapremium) et dans le champagne », l'intégration verticale avec la propriété de vignobles pour l'approvisionnement en raisins de qualité œnologique élevée, la reconversion et/ou la modernisation technologique, tant dans la production industrielle que dans la production primaire, et, enfin, une orientation clairement exportatrice.
- 54 Les investisseurs qui ont opté pour la construction d'unités et/ou l'implantation de vignobles sont : Codorníu, avec 320 ha localisés à Luján de Cuyo et une cave neuve pour produire du champagne et des vins premium ; le groupe français Lurton, installé à Mendoza, et l'entreprise californienne Kendall-Jackson qui a acheté 800 ha à Tupungato, dans le but d'implanter des vignobles de haute qualité, et qui a d'ores et déjà inauguré une cave (investissement de l'ordre de 10 millions US \$) : Viñas de Tupungato.
- 55 La catégorie des IDE associés à des capitaux transnationaux présents en Argentine renvoie exclusivement au cas des caves Chandon, la société Moët et Chandon étant présente à Mendoza depuis 1959 (première filiale ouverte hors de France) (Neiman, 2004). À l'heure actuelle, la cave a investi plus de 10 millions de dollars sur les 50 programmés. L'objectif est d'amplifier la capacité de production de la cave d'Agrelo (Mendoza), afin d'augmenter substantiellement les volumes d'exportation.
- 56 Enfin, concernant les fonds d'investissements, peuvent être signalés Donaldson Lufkin y Jenrette (DL & J), fonds d'origine états-unienne qui a acquis 33 % des actions de Peñaflor (et aussi, en conséquence, de Trapiche), principale entreprise du secteur. DL & J a assumé un rôle décisif dans la définition de la stratégie déployée ces dernières années par Peñaflor, à savoir l'amélioration de sa position sur le segment des vins fins ou « selección ». Avec le rachat des caves Santa Ana et de la majorité des actions de Michel Torino, le fonds contrôle désormais le tiers du marché.
- 57 Galicia Advent Socma Private Equity Fund, fonds d'investissements dont le siège est à Boston (États-Unis), a acheté les deux caves traditionnelles Sylvia y Graffigna, dans le but

d'augmenter nettement les niveaux d'exportation de vins fins (dans les deux cas, aux alentours de 10 % des ventes totales).

- 58 Quant au groupe Exxel Group¹³, fonds d'investissements qui se caractérise par des investissements réalisés pratiquement en totalité en Argentine, il s'est approprié 33 % des actions de l'une des caves les plus traditionnelles de Mendoza : Bodegas y Viñedos López. Celle-ci, au-delà de ses marques traditionnelles, a incorporé la franchise du mousseux Henri Pipper (et a acquis Extrême).
- 59 Sabores Argentinos, société d'un fonds d'investissements auquel participe le Groupe Soldati, a acheté 70 % des actions de l'entreprise Titarelli (vins et huiles), la cave, et 550 ha de vignoble.
- 60 En définitive, la typologie des formes d'IDE en Uruguay, qui repose sur la différenciation des formes d'investissements, est distincte de celle établie pour l'Argentine, qui se base davantage sur les types d'acteurs résultant d'un cheminement amenant à des stratégies de rachat ou d'implantation propre. Ces divergences dans les modalités d'injection de capitaux étrangers dans les deux complexes vitivinicoles résultent de la différence d'échelle entre les deux marchés nationaux, du degré d'ouverture des économies et des dynamiques de coordination des complexes. Dans le cas de l'Uruguay, la protection dont bénéficie le secteur jusqu'à 2010 (législation mercosurienne sur la contenance des emballages) n'a pas d'effet sur les investissements et se traduit en fait par une forte concentration des caves qui tirent leur profit du marché interne et réinvestissent dans le secteur. Par ailleurs, la diversité dans les formes d'IDE et, surtout, l'association avec des acteurs locaux, peuvent être analysées en termes de proximité et d'organisation du complexe productif.
- 61 Au-delà des caractéristiques du marché, en Uruguay, la forme particulière d'organisation entre le producteur, le caviste et le distributeur, complique fortement le contexte des investissements. En effet, malgré la concentration poussée du secteur, qui provoque de nombreuses exclusions, la taille moyenne des exploitations viticoles n'excède pas 5 hectares. Mais les caves sont toujours au nombre de 200 environ¹⁴.
- 62 Pour entrer dans le secteur attractif de la production de vins VCP pour l'exportation, la première étape passe par la joint-venture. Ce sont plutôt des capitaux uruguayens hors secteur qui sont investis, et ce dans la gamme des vins fins (en Argentine, ce sont plutôt des fonds de pension). Or, le caractère récent de ces placements ne permet pas encore de tirer de conclusions. En Argentine, ces vins fins de haut de gamme sont produits par quelques grandes caves et par le nouvel acteur que constituent les « caves boutique », développées par des viticulteurs qui ont vendu leurs unités de production pour investir dans cette catégorie de produits à très haute valeur ajoutée.
- 63 En ce qui concerne l'origine des investisseurs, l'Uruguay attire surtout des acteurs français. En Argentine, ceux-ci se situent derrière les investisseurs espagnols et portugais. À ces origines correspondant à trois pays vitivinicoles traditionnels s'ajoutent des NPP (nouveaux pays producteurs) comme les États-Unis ou le Chili. Enfin, seules deux expériences d'investissements argentins existent en ce moment en Uruguay : Chandon Argentina et les Lurton Hermanos ; mais leurs caractéristiques nous permettent de douter de leur pérennité.
- 64 Cette situation particulière de l'Uruguay résulte de l'organisation même du secteur vitivinicole. En se référant à l'économie de la proximité, il est possible de considérer que les acteurs du complexe forment partie d'un « club » (Torre, 2000). Des règles communes

et des critères respectés définissent l'entrée dans le complexe. La théorie du « bien « club » » analyse, de plus, l'idée d'exclusion (Buchanan 1965, cité par Vandecastelle et Touzard, 2001), c'est-à-dire la capacité pour un groupe d'exclure un certain nombre d'acteurs selon les critères élaborés par les membres. La faiblesse des investissements directs par association avec des acteurs locaux peut s'expliquer ainsi.

- 65 Deux phénomènes confirment l'hypothèse : la sortie massive d'acteurs du complexe durant ces dix dernières années et l'entrée de capitaux uruguayens hors secteur. Dans le premier cas, l'exclusion s'explique par l'impossibilité de répondre aux normes en vigueur. Dans le second cas, les acteurs qui investissent remplissent les critères qui permettent de se lancer dans la production de vins de prestige VCP et dans la vinification (ouverture ou investissement dans des caves, avec internalisation des coûts). Ils s'associent avec d'autres producteurs pour le conseil technique (incorporation de technologie) et vendent à l'étranger (critères de qualité).
- 66 En outre, dans le courant de l'économie de la proximité, il est évoqué le droit à une rente pour appartenir à un certain groupe. Ce droit peut concerner l'utilisation de certaines ressources territoriales, les droits de propriété, la valeur ajoutée des produits, les économies de réseau et d'échelle. L'importance de cette rente est donnée par les coûts d'exclusion. Par exemple, l'image-pays, ressource créée et considérée comme intangible et collective, est appropriée par un groupe des producteurs de vins VCP (Blum, 2001). Ils ont donc accès à un « droit à une rente » extraordinaire. Cette appropriation a pour axe fondamental la référence à la nationalité : en effet, c'est le pays et les producteurs qui tirent bénéfice de ce « droit » à « un Uruguay » bon producteur de vins et producteur de bons vins. Elle fonde l'investissement direct par des acteurs nationaux hors secteur.
- 67 Enfin, la particularité des formes d'organisation du complexe vitivinicole uruguayen repose sur des situations de confiance et de fidélité, qui n'ont aucun aspect formel mais qui, pourtant, structure le secteur. Par exemple, au moment des vendanges, la vente du raisin et le paiement différé passent par un processus qui fait appel à des liens familiaux, et à des situations basées sur la confiance, la connaissance et la proximité (Blum, 2003). De fait, la proximité organisationnelle est un élément-clé du complexe : « ainsi, la proximité organisationnelle repose sur un cadre cognitif commun, elle renvoie aux comportements des acteurs dans une activité finalisée. Ce cadre cognitif trouve son origine dans la construction d'un espace stratégique de référence doté de sens pour les acteurs qui s'y trouvent, sans que ce cadre soit forcément accompagné d'une structure institutionnelle formelle » (Couzinet, Frayssignes, Nguyen et Olivier, 2001). Ces remarques coïncident avec les explications classiques de l'intégration de l'économie industrielle (Levet, 2004), celles-ci correspondant à l'internalisation de certains coûts, avant le passage à la transaction du marché.
- 68 Au total, le secteur a connu deux grandes étapes : l'une d'approximation et d'implantation de grands producteurs vitivinicoles internationaux associés à des producteurs locaux. Ces acteurs étrangers profitent de la vague de reconversion des vignobles et s'associent à des sociétés productrices de vins VCP, afin d'accéder aux marchés extérieurs. Cette profonde transformation des vignobles est soutenue par l'INAVI, à travers les plans de reconversion viticole et avec les capitaux de vitiviniculteurs importants qui investissent pour faire des bénéfices dans le secteur des vins VCC, étant donné la protection appliquée aux vins de table.
- 69 La seconde étape a lieu en 2000 (sauf dans l'entreprise Calvinor) dans la catégorie des vins VCP, essentiellement avec des capitaux nationaux hors secteur et avec des capitaux

étrangers. Ces investisseurs parient sur la production de vins de haut de gamme pour l'exportation, ou pour l'approvisionnement de touristes à fort pouvoir d'achat. Mais, il n'est pas possible de parler déjà de « caves boutiques ».

- 70 La mise en perspective des IDE dans le complexe vitivinicole uruguayen par l'évocation de ceux réalisés en Argentine permet d'identifier des différences fortes liées en grande partie aux stratégies des investisseurs étrangers face à un marché national restreint et en transition, car en pleine reconversion vers la qualité. La proximité organisationnelle semble jouer un rôle prépondérant dans le choix de s'allier avec des producteurs ou cavistes uruguayens et dans la stratégie de définition de niches de marché.
- 71 En même temps, et en prenant les deux réalités vitivinicoles voisines dans leur ensemble, des similarités émergent : appartenance au groupe des NPP, stratégies de variétés-locomotives sur la base de cépages universels d'origine européenne, restructuration des complexes en intégrant des variétés vitivinifères de grande potentialité œnologique, objectifs affichés à l'exportation (qui plafonne à 10 % de la production). Cette situation contraste avec celle qui caractérise le Chili où le ratio à l'exportation est de l'ordre de plus de 40 %, ainsi qu'avec la position de la Nouvelle-Zélande et de l'Australie, qui approvisionnent des marchés tels le Royaume-Uni, grignotant la place de fournisseurs traditionnels comme la France. Cette dernière, qui a pour principal destinataire les États-Unis (un autre NPP), affiche des performances assez médiocres pour ses vins AOC. Finalement, ce processus de globalisation du monde du vin, combiné à un contexte national transitoire, cantonne l'Uruguay (et, sans doute aussi, l'Argentine) dans un rôle marginal.

BIBLIOGRAPHIE

- AZPIAZU D. et BASUALDO E., 2002 - *Las modificaciones técnicas y de propiedad en el complejo vitivinícola argentino durante los años 90*. Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios. Montevideo, n°17, 2^e semestre, p. 5-36.
- BAPTISTA B.; IGLESIAS J. et MORAES, D., 1999 - *Reestructuración industrial innovación tecnológica en el sector vinícola uruguayo a partir de los noventa : Un estudio de casos*. Montevideo : Fac. de Economía, UDELAR - Univ. de la República. 96 p.
- BLUM A., 2003a - *La coordinación en la vitivinicultura uruguaya : ¿una cuestión de familia ?* In : II Congreso de Historia Vitivinícola del Uruguay, FHCE-UDELAR, 12-14 de noviembre, Colonia. 13 p.
- BLUM A., 2003b - *Estructura y desempeño del complejo vitivinícola uruguayo*. Montevideo : CIEDUR, 40 p. (Serie Investigaciones n° 147)
- BLUM A., 2002 - *La filière vitivinicole uruguayenne. La réalité au pays du Tannat*. Présentation réalisée a los estudiantes del diploma superior de Enología del INP-Toulouse, mars (17 diapositives)
- BLUM A., 2001 - *Reconversion et exclusion dans la filière vitivinicole en Uruguay. Une image vaut mieux que mille... barriques*, Université Toulouse Le Mirail-ENFA-ENSAT : Toulouse, 132 p. (Mémoire de DEA « Essor » – Etudes rurales)

BOCCO A., 2003 - *Reestructuración productiva y flexibilidad laboral en el sector vitícola de la provincia de Mendoza*. Miméo. 23 p.

BREGANTE A., 2003 - *La viticultura en Uruguay. Contribución a su conocimiento*. MGAP-DIEA. 26 p.

BUXEDAS M., 2001 - *Exxel-CONAPROLE : El cazador no dio en el blanco*. Montevideo : CIEDUR, 15 p. (Serie Seminarios y Talleres, N°122)

CEPAL, Santiago, 2004 - *La inversión extranjera en América Latina y el Caribe*, 2003. Santiago : CEPAL, 146 p.

CEPAL, Santiago, 2002 - *La inversión extranjera en América Latina y el Caribe* ; 2001. Santiago : CEPAL, 190 p.

COUZINET L. ; FRAYSSIGNES J. ; NGUYEN G. et OLIVIER, V., 2001 - *Encastrement territorial et logiques de proximité. L'exemple d'une AOC fromagère française*. In : Third Congress on Proximity « New Growth and Territories », Paris, 13 et 14 décembre, 21 p.

DE FRUTOS E et BERETTA A., 1999 - *Un siglo de tradición. Primera historia de uvas y vinos del Uruguay*. Montevideo : Ed. Impresora editorial, 240 p.

ECHEVERRIA G., 2003 - *Claros y oscuros sobre la reconversión vitivinícola*. Montevideo : UDELAR - Facultad de Agronomía ; Montpellier : ENSA (Mémoire de Maestria)

JESUS OLIVEIRA COELHO A.M. et RASTOIN, J.-L., 2001 - *Globalisation du marché du vin et stratégies d'entreprise*. Economie rurale, n° 264-265, juillet-octobre, p. 17-34.

LEVET J.-L., 2004 - *L'économie industrielle en évolution. Les faits face aux théories*. Paris : Ed. Economica, 335 p.

NEIMAN G., 2004 - *La calidad como articulador de un nuevo espacio productivo y de organización del trabajo en la vitivinicultura mendocina*, In : BENDINI M. et al.- *El campo en la sociología actual*. Buenos Aires : Ed. La Colmena Buenos Aires, p. 291-315

NEIMAN G. et BOCCO A., 2001 - *Globalización, reestructuración empresarial y mercados de trabajo en la vitivinicultura argentina*. In : Meeting of the Latin American Studies Association, Washington, D.C., 06 au 8 septembre

SNOECK M., 1999 - *Transición, aprendizaje e innovación en la industria vinícola uruguaya. Informe de investigación*, Montevideo : UDELAR - Facultad de Ciencias Económicas y de Administración, 84 p. mimeo

TAMBLER A., 2002 - *Política Vitivinícola. Anuario Opya* : Montevideo

TORRE A., 2000a - *Economie de proximité et activités agricoles et agro-alimentaires. Eléments d'un programme de recherche*. Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n° 3, p. 407-426

TORRE A., 2000b - *Introduction*. Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n° 3, p. 363-368

VANDECANDELAERE E. et TOUZARD J.-M., 2001 - *Les routes des vins : des réseaux de proximité territoriale*. In : Third Congress on Proximity « New Growth And Territories », Paris, 13-14 décembre, 21 p.

URUGUAY, 1997 - Decreto 325/997. Diario Oficial, Montevideo, n° 24 867 del 15 de setiembre de 1997, P. 7-15.

Sites Internet :

* www.castelpujol.com : Página oficial de Bodegas Carrau.

* www.juanico.com.uy : Página oficial de la bodega "Establecimiento Juanicó".

* www.espectador.com : Edición del 4 octubre 1999 del programa En Perspectiva.

* www.observa.com : página Internet de El Observador, diario uruguayo, revisión correspondiente al año 2001

NOTES

1.. Une version préliminaire de cet article en espagnol a été commentée et corrigée par Ricardo Richard-Jorba, enseignant-chercheur à l'Université nationale du Cuyo – CONICET (Mendoza, Argentine). Cette réflexion a pour terrain de recherche le bassin de production viti-vinicole uruguayen, et constitue la dernière étape d'un travail de doctorat en études rurales, développé au sein de Dynamiques rurales.

2.. La CEPAL (Commission économique pour l'Amérique latine) produit des études sectorielles et thématiques sur l'ensemble de l'aire latino-américaine.

3.. Il est à noter que les faits semblent contredire la volonté du législateur: les acteurs de la filière, et la rumeur locale, soulignent que des camions-citernes, en provenance de la région viti-vinicole argentine de Mendoza, viennent livrer en Uruguay.

4.. Le taux de change de 1\$ est de 25 pesos uruguayens environ (juillet 2005).

5.. Cette variété, *Vitis lambrusca*, permet d'obtenir un vin typique. Elle représentait en 1990 26 % de la matière première utilisée, contre 10 % actuellement. « La Isabella, appelée dans notre pays Frutilla, a été introduite par Luis de la Torre, patriote qui a participé aux actes des 33 Orientales, qui luttait contre la domination brésilienne. Il la cultivait dans sa ferme de Punta Carretas. La Frutilla, connue aussi comme raisin Brasileira, Chinche, Napolitana, provenait certainement du Brésil. » (De Frutos et Beretta. 1999).

6.. Alors que cette variété est utilisée ici pour faire du vin, dans les régions viticoles plus importantes, elle est consommée comme raisin de table et pour l'élaboration du Muscat (famille des vins cuits).

7.. La publication cite l'achat de la Banque *Pan de Azucar* (aux mains de l'État) par la *Banco de Montevideo*. Après une longue succession de faillites, plusieurs banques ont été regroupées dans le *Nuevo Banco Comercial* dont les actions appartiennent entièrement à l'État uruguayen.

8.. Question posée pour la privatisation de la Société de Télécommunications ANTEL (*Administración Nacional de Telecomunicaciones*) ou, en décembre 2003, pour la société pétrolière nationale ANCAP (*Administración Nacional de Combustibles Alcohol y Portland*). Au final, ANTEL conserve le monopole de la téléphonie de base, tout en étant en concurrence avec les entreprises des marchés libres de la téléphonie mobile et des appels internationaux. ANCAP poursuit l'importation et le raffinage du pétrole. UTE (*Administración Nacional de Usinas y Trasmisiones Eléctricas*) est le distributeur d'énergie et, de fait, de sa production. OSE (*Obras Sanitarias del Estado*) contrôle la distribution de l'eau potable, sauf dans la région du Pinar (Département de Canelones) et à Maldonado-Punta del Este-La Barra.

9.. Seule la *Compañía del Gas* est liée à une société étrangère, Gaz de France (il ne s'agit pas d'une privatisation car elle n'a jamais été formellement un bien de l'État). Dans le cadre de ce rachat, des gazoducs ont été construits pour le transport du gaz depuis l'Argentine.

10.. Chaque caisse contient 9 litres, soit 108 millions de litres ce qui correspond au volume de production annuel de l'Uruguay, tout type de vins compris.

11.. La *Corporación Nacional para el Desarrollo* a été créée par la Loi N° 15785 du 04/12/1985. Société publique non étatique (Décret 247/987, N°I), elle a pour objectifs fondamentaux d'agir avec efficacité et responsabilité dans l'impulsion de politiques et d'investissements tournés vers le développement économique du pays (article 11).

12.. À l'heure actuelle, ce fonds n'est pas seulement argentin car y est présente la banque brésilienne *Bonzano Simonsen*.

13.. Búxedas (2001) affirme que « le caractère éphémère du Groupe Exxel se manifeste dans l'échec de plusieurs de ses opérations, aussi bien dans le cas d'entreprises de premier niveau relevant de son secteur d'activités, ou avec son retrait du secteur de la distribution alimentaire ».

14.. En comparaison, le secteur exportateur de la viande bovine compte seulement une trentaine d'abattoirs-conditionneurs.

RÉSUMÉS

Alors que le Mercosur définit des clauses d'exception permettant de protéger le complexe vitivinicole uruguayen, en pleine phase de reconversion vers des productions de qualité (vins de qualité supérieure et vins fins), le pays présente des modes d'investissements directs étrangers (IDE) différenciés selon l'association recherchée, ou pas, avec des acteurs locaux. En Uruguay, la fidélisation s'exprime dans la majorité des cas à travers une coordination familiale. Or, la proximité organisationnelle entre les différents acteurs participe de deux logiques : l'appartenance et la similitude. Dès lors, les IDE y sont moins fréquents qu'en Argentine, où les investissements sont plus classiquement le fait d'acquéreurs de moyens de production existants ou capables de les créer, ou d'acteurs spécialistes en placement de capitaux.

The Uruguayan wine supply chain : specificities by type of direct foreign investment.

Although Mercosur has defined exception clauses allowing for the protection of the Uruguayan wine supply chain, which is currently undergoing reconversion in the direction of quality wines (wines of superior quality and fine wines), we find differentiated modes of direct foreign investment (DFI) in the country depending on whether association is sought or not with local actors. In Uruguay, in the majority of cases, development of its wine supply chain operations takes place under family coordination. However, organizational proximity among different actors has two logics – a logic of belonging and a logic of similarity. For that reason, direct foreign investment in Uruguay is less common than in Argentina, where investment tends to be carried out in more classical forms by actors who acquire existing production facilities, who have the capability to create them, or who are experts in capital investment.

INDEX

Mots-clés : complexe vitivinicole, Investissement Direct Etranger, Mercosur, proximité organisationnelle, Uruguay

Keywords : direct foreign investment, organizational proximity, wine supply chain